Deutscher Bundestag **Drucksache 19/9241**
19. Wahlperiode 10.04.2019

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Dr. Marcel Klinge, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Michael Theurer, Renata Alt, Christine Aschenberg-Dugnus, Jens Beeck, Mario Brandenburg (Südpfalz), Dr. Marco Buschmann, Britta Katharina Dassler, Hartmut Ebbing, Dr. Marcus Faber, Thomas Hacker, Katrin Helling-Plahr, Markus Herbrand, Dr. Christoph Hoffmann, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Gyde Jensen, Dr. Christian Jung, Thomas L. Kemmerich, Pascal Kober, Dr. Lukas Köhler, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Roman Müller-Böhm, Frank Müller-Rosentritt, Matthias Seestern-Pauly, Judith Skudelny, Katja Suding, Stephan Thomae, Manfred Todtenhausen, Dr. Andrew Ullmann, Gerald Ullrich, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

LGBT-Tourismus in Deutschland

Bereits seit dem Jahr 2013 erstellt das Magazin „Spartacus“ den „Spartacus Gay Travel Index“. In diesem wird ermittelt und veröffentlicht, welche Länder für LGBT-Reisende sichere Reiseziele darstellen und in welchen Ländern der Welt LGBT Diskriminierungen und Strafen aufgrund ihrer sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität befürchten müssen. Im jüngst veröffentlichtem „Spartacus Gay Travel Index“ für das Jahr 2019 ist Deutschland von Platz drei im Jahr 2018 auf Platz 23 abgestürzt. Einer der Gründe hierfür ist der Anstieg von homo- und transphober Gewalt in Deutschland (www.welt.de/reise/nah/article189383665/Gay-Travel-Index-2019-Risiken-fuer-homosexuelle-Urlauber.html).

Laut der Welttourismusorganisation (UNWTO) sind LGBT-Touristen innerhalb der Reisewirtschaft als Zielgruppe bekannt, die überdurchschnittlich häufig verreist und hierbei auch überdurchschnittliche Ausgaben tätigt (http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/lgtb_report_compressed_0.pdf). Unter dem Begriff des LGBT-Tourismus fasst die UNWTO lesbische, schwule, bisexuelle sowie transsexuelle Reisende zusammen. Die Reisewirtschaft schätzt alleine in Europa die Zahl der LGBT-Touristen auf ca. 23 Millionen. Weltweit belaufen sich ihre Reiseausgaben allerdings auf ca. 180 Mrd. Dollar. LGBT-Paare verfügen im Schnitt über ein doppeltes und überdurchschnittlich hohes Einkommen und haben in der Regel eher selten Kinder. Dies ermöglicht es ihnen, häufiger und saisonunabhängig zu reisen sowie mehr Geld für Reisen auszugeben.

Das Niederländische Außenministerium bezeichnet den LGBT-Tourismus als einen der am schnellsten wachsenden Märkte im Tourismus (www.cbi.eu/market-information/tourism/lgbt-travel) und spricht der Bundesrepublik Deutschland hier besonders gute Chancen zu.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie bewertet die Bundesregierung die ökonomischen Potenziale durch LGBT-Tourismus für den Incoming-Reisemarkt?

   a) Werden diese Potenziale nach Kenntnis der Bundesregierung bereits voll ausgeschöpft?

   b) Wenn ja, wodurch lässt sich dies belegen?

   c) Wenn nein, was plant die Bundesregierung, um die ökonomischen Potenziale durch LGBT-Tourismus für den Incoming-Reisemarkt besser auszuschöpfen?

2. Wie koordinieren die Destinationen in Deutschland nach Kenntnis der Bundesregierung das Marketing für LGBT-Tourismus?

   a) Welche Marketingaktivitäten fördert oder unternimmt die Bundesregierung zur Ausschöpfung der ökonomischen Potenziale von LGBT-Tourismus?

   b) Sofern eine Förderung stattfindet, in welcher Höhe findet diese statt, und betrifft diese spezielle Anlässe oder findet sie ganzjährig statt?

3. Welche konkreten Projekte im Bereich des LGBT-Marketings werden nach Kenntnis der Bundesregierung von der Deutschen Zentrale für Tourismus umgesetzt oder derzeit geplant?

   a) Ist nach Kenntnis der Bundesregierung geplant, das Onlineangebot (www.germany.travel/en/ms/lgbt/home/home.html) anzupassen und zu aktualisieren?

   b) Wenn nein, welche Gründe sprechen gegen eine Anpassung bzw. Aktualisierung?

   c) Wann wurde das o. g. Onlineangebot (mit Ausnahme von Terminaktualisierungen) zum letzten Mal überholt?

4. Wie bewertet die Bundesregierung den Abstieg der Bundesrepublik Deutschland im „Spartacus Gay Travel Index“ von Platz 3 auf Platz 23?

   Wie plant die Bundesregierung, dem entgegenzusteuern?

5. Folgt die Bundesregierung beim Auslandsmarketing, speziell im Hinblick auf die Zielgruppe LGBT, ein gesondertes Konzept?

   Wenn ja, wie gestaltet sich dieses aus?

6. Welche Studien oder Erhebungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie befassen sich nach Kenntnis der Bundesregierung mit den Potenzialen des LGBT-Tourismus für den deutschen Incoming-Reisemarkt?

7. Ist nach Kenntnis der Bundesregierung eine stärkere Fokussierung auf die Zielgruppe LGBT für den Incoming-Reisemarkt geplant?

8. Besteht nach Kenntnis der Bundesregierung ein Beratungsangebot für Anbieter von touristischen Leistungen in Deutschland, welche die Zielgruppe LGBT für ihr Angebot und somit für Urlaub in Deutschland erschließen möchten?

9. Sind der Bundesregierung Übergriffe auf LGBT-Touristen in Deutschland bekannt?

   Wenn ja, welche?

   Wenn nein, werden solche Übergriffe von der Bundesregierung systematisch erhoben?

10. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung bisher ergriffen, um die Sicherheit von LGBT-Touristen in Deutschland zu gewährleisten (bitte erläutern)?
11. Welche Maßnahmen plant die Bundesregierung, um die Sicherheit von LGBT-Touristen in Deutschland zu gewährleisten (bitte erläutern)?
12. Welche Auswirkungen haben nach Einschätzung der Bundesregierung zunehmend homo- und transphobe, aber auch fremdenfeindliche Äußerungen und Übergriffe in Deutschland auf die Attraktivität für LGBT-Touristen (bitte erläutern)?
13. Welche Auswirkungen haben nach Einschätzung der Bundesregierung der wachsende Nationalismus und daraus erstarkte Parteien des rechten Spektrums auf den deutschen LGBT-Tourismus (bitte erläutern)?
14. Welche Regionen und Städte in Deutschland sind der Bundesregierung bekannt, die zielgruppenspezifische Angebote für LGBT-Touristen koordinieren (bitte auflisten)?

    Wie unterstützt die Bundesregierung solche Angebote?
15. An welchen Projekten für LGBT-Tourismus mit der Europäischen Union oder mit anderen EU-Mitgliedstaaten beteiligt sich die Bundesregierung?

    Plant die Bundesregierung weitere Beteiligungen an solchen Projekten (bitte jeweils auflisten und erläutern)?
16. Welche Rolle spielen die Christopher Street Days an zahlreichen deutschen Standorten nach Auffassung der Bundesregierung für den deutschen Incoming- und Inlandstourismus, und welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung daraus (bitte erläutern)?
17. Wie viele Übernachtungen und wie viel Umsatz in Deutschland ist nach Kenntnis der Bundesregierung auf LGBT-Touristen zurückzuführen?

    Welchen Anteil macht dies jeweils am Gesamttourismus aus?

    Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung daraus?

    Falls der Bundesregierung dazu keine Angaben vorliegen, warum nicht?

Berlin, den 3. April 2019

Christian Lindner und Fraktion



Satz: Satzweiss.com Print, Web, Software GmbH, Mainzer Straße 116, 66121 Saarbrücken, www.satzweiss.com
Druck: Printsystem GmbH, Schafwäsche 1-3, 71296 Heimsheim, www.printsystem.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlag GmbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333